**Перечень рекомендуемых направлений и тем исследований ВКР**

**по направлению подготовки 39.03.01 Социология, бакалавриат**

 **на 2024-2025 учебный год**[[1]](#footnote-1)

1. Потребительское поведение студентов московских вузов на рынке туристических услуг (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
2. Внедрение искусственного интеллекта в образовательный процесс Финуниверситета: практики, проблемы и перспективы
3. Влияние пенсионной реформы на формирование жизненных стратегий студенческой молодёжи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
4. Предпринимательские установки российской студенческой молодёжи экономических и неэкономических специальностей (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
5. Влияние интернет рекламы в продвижении малого бизнеса молодежи (на примере студентов Финансового университета)
6. Доверие молодых предпринимателей к реализуемой политике в отношении бизнеса (на примере московского отделения «Деловой России»)
7. Социальные механизмы производства доверия и взаимопонимания в молодежной среде/ в ВУЗе (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
8. Экономические и неэкономические стимулы, мотивирующие выбор профессии старшеклассниками и студентами (на примере школьников муниципального образования «Аэропорт» г.Москвы)
9. Влияние образовательной среды ВУЗа на формирование готовности студенческой молодёжи к самореализации в цифровой экономике (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
10. Молодежь в науке: современные практики и барьеры интеграции молодых исследователей в академическую среду
11. Онлайн-реклама, как ключевой фактор формирования потребительского поведения молодёжи в сети Интернет (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
12. Формирование человеческого капитала студенческой молодежи на рынке вторичной занятости (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
13. Доверие студенческой молодёжи к рекрутинговым Интернет-ресурсам (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
14. Сберегательные модели поведения молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
15. Формирование рынка труда в условиях развития онлайн-образования (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
16. Использование пиратского контента студентами как показатель отношения к институту интеллектуальной собственности (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
17. Тенденции культурного потребления студентов Финансового университета в условиях трансформации общества
18. Особенности влияния Интернет-рекламы для формирования потребительского поведения студентов Финансового университета
19. Влияние Digital-технологий на формирование финансовой культуры столичной молодёжи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
20. Оценка склонности населения к потреблению и сбережению в России (на примере преподавателей Финансового университета при Правительстве РФ)
21. Образовательная миграция столичной молодёжи – потенциальные и реальные масштабы (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
22. Повседневные практики интернет-потребления столичной молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
23. Исследование инвестиционного поведения молодёжи города Москвы (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
24. Участие в студенческих организациях: причины и связь с планируемой карьерной траекторией (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
25. Влияние корпоративной культуры на конкурентоспособность компании (на примере компании ООО «…..»)
26. Представление молодежи о трудовых гендерных ролях в браке (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
27. Влияние хобби на профессиональную ориентацию жителей Москвы (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
28. Человеческий капитал как ресурс самореализации работника в компании на примере АО «ВТБ»)
29. Семейный банк: социальные роли и маски (примере АО «ВТБ»)
30. Готовность студентов ведущих ВУЗов г. Москвы к предпринимательской деятельности (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
31. Социально-экономические факторы туристических предпочтений москвичей (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
32. Динамика формирования ориентации на профессию социолога (на примере студентов Финансового университета)
33. Влияние таргетированной рекламы в социальных сетях на потребительское поведение студентов Финансового университета
34. Влияние самоуправления в вузе на формирование управленческого потенциала студента как фактор социально-экономического роста (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
35. Развитие студенческого предпринимательства на примере студентов Финансового университета
36. Социальные сети как инструмент формирования демонстративного потребления студенческой молодёжи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
37. Потребительская активность студентов Финансового университета в сфере досуга и развлечений
38. Потребительская активность студентов Финансового университета на рынке банковских карт
39. Социально-экономические риски пользователей каршеринга в Московском мегаполисе (на примере студентов московских вузов)
40. Социальные последствия функционирования рынка контрафактных лекарственных средств в РФ (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
41. Риски вторичной занятости московских студентов (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
42. Особенности сберегательного поведения молодёжи на примере студентов Финансового университета
43. Стратегии пенсионного поведения работающей молодёжи (на примере студентов Финансового университета)
44. Риски предпринимательской деятельности молодых женщин (на примере ООО «Женская Лига»)
45. Влияние онлайн-покупок на формирование механизма потребительское поведение студентов Финансового университета
46. Социально-экономические факторы формирования потребительского поведения студентов на рынке фитнес услуг (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
47. Экологичность поведения студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в транспортной sharing-экономике
48. «Жизненный путь» студента с банковской картой (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
49. Модели ведения бюджета среди студенческих пар, живущих без регистрации брака (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации)
50. Кредитное поведение современной молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации)
51. Изменение потребительских установок студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации из-за санкционной политики Запада
52. Изменение структуры вторичной занятости студентов московских вузов после пандемии COVID-19 (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
53. Бизнес в режиме онлайн: стратегии адаптации предпринимателей к рынку российских маркетплейсов
54. Путь студентов московских вузов в предпринимательскую деятельность (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
55. Социально-профессиональные эффекты вторичного трудоустройства студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации на рынке труда
56. Социальные детерминанты кредитного поведения студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
57. Социальные риски потребительского кредитования в молодежной среде (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
58. Специфика самопрезентации студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в социальных сетях
59. Профессиональная ориентация студентов-социологов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации на рынок труда
60. Социальные установки студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации по использованию услуг каршеринга
61. Формирование ценностно-мотивационной модели поведения у студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации при создании семьи в условиях нового гендерного порядка
62. Роль неакадемических факторов при выборе вуза студентами-социологами Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
63. Планирование молодежью Российской Федерации собственного пенсионного капитала (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
64. Феномен доверия между работодателями и выпускниками вузов как критерий сбалансированности рынка труда (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
65. Трансформация взглядов студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации на динамически меняющийся рынок труда
66. Факторы восприятия россиянами соотношения
риска и доходности активов (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
67. Вторичная студенческая занятость как фактор трудоустройства выпускников Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
68. Особенности адаптации иногородних студентов к новым условиям в мегаполисе (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
69. Семейное воспитание как фактор формирования экологической культуры молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
70. Мотивы предпринимательской деятельности студентов московских вузов
71. Модели инвестиционного поведения студентов московских вузов в период и после пандемии
72. Роль социальных сетей в формировании потребительского поведения студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
73. Влияние недобросовестных практик микрофинансовых организаций на социальное самочувствие граждан (на примере Рязанской области)
74. Трансформация практик занятости студентов
в условиях санкционной политики (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
75. Установки на потребление экотоваров студентами Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
76. Доверие студенческой молодежи к финансовым продуктам банков г.Москвы
77. Экономическая компетентность студентов Финансового университета на рынке банковских услуг
78. Готовность студентов Факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве Российской Федерации к трудоустройству по специальности
79. Развитие внутреннего туризма в России как одно из последствий COVID-19 на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
80. Социальные технологии визуальной рекламы в формировании потребительского поведения в молодежной среде (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
81. Роль рекламы в социальных сетях в формировании здорового образа жизни у студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
82. Включенность молодежи в формирование экономики шеринга (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
83. Сберегательные установки студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в санкционной реальности
84. Ценностные предпочтения московской молодежи в сфере туризма в современных условиях (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
85. Профессиональные ожидания выпускников-социологов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в сфере самореализации на рынке труда
86. Стереотипы в сфере занятости как причина гендерной сегрегации на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
87. Развитие социального предпринимательства молодежи в условиях цифровой экономики (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
88. Влияние динамики финансового рынка на изменение инвестиционного поведения студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
89. Барьеры формирования профессиональной социализации студентов-социологов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
90. Влияние блогосферы на изменение потребительского поведения студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации в условиях пандемии
91. Практики демонстративного потребительского поведения студенческой молодежи Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
92. Социальная адаптация иногородних студентов в Финансовом университете при Правительстве Российской Федерации
93. Влияние Social Media на профессиональную ориентацию студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
94. Особенности и приоритеты экологического сознания студенческой молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
95. Адаптация студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации к новым вызовам динамично меняющегося рынка труда
96. Восприятие глобальных экономических рисков студентами Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
97. Готовность студентов Факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве Российской Федерации к созданию коммерческих социальных стартапов
98. Проявление девиаций в интернете в современной молодежной среде на примере студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
99. Вторичная занятость студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации как способ преодоления социально-экономического неравенства в студенческой среде
100. Построение образовательных экосистем в организациях высшего образования на примере Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
101. Экологическая среда общения в социальных сетях Интернета (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
102. Влияние дистанционного и онлайн образования на профессионализацию молодежи
103. Влияние инстаграм-инфлюенсеров на формирование потребительских предпочтений у молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
104. Потребление интернет-ресурсов как составляющая стиля жизни молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
105. Мотивация родителей при выборе профессии детьми (на примере абитурентов Финансового университета при Правительстве РФ)
106. Инклюзивная среда как фактор развития человеческого капитала лиц с инвалидностью (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
107. Взаимодействие между рекламодателями и лидерами мнений на рынке рекламы в социальных сетях: на примере Инстаграм (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
108. Карьерные стратегии студентов Финансового университета (экономических и социальных специальностей)
109. Жилищные стратегии москвичей: почему молодые люди говорят «да» ипотеке? (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
110. Жилищные стратегии москвичей: почему молодые люди говорят «да» шеринг отношениям? (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
111. Институт репутации преподавателя вуза глазами студентов (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
112. Особенности трудовой мотивации у современной студенческой молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
113. Условия формирования стиля жизни студенческой молодежи в социальных сетях (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
114. Понимание предпринимательства среди российских миллениалов (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
115. Влияние социального капитала на трудовую мобильность в современной России (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
116. Факторы этичного потребления в России (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
117. Факторы и типы досугового поведения россиян (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
118. Факторы, влияющие на успеваемость школьников младших и средних классов (на примере абитурентов Финансового университета при Правительстве РФ)
119. Как изменился стиль жизни по отношению к здоровью в России во время и после пандемии Ковид-19 (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
120. Цифровая трудовая мобильность представителей творческих профессий под влиянием внешних шоков (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
121. Адаптация потребительского поведения россиян в ответ на уход зарубежных брендов (на примере рынка одежды) (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
122. Баланс между работой и семьей: социальная политика компаний в поддержку женщин с детьми (на примере IT-компании г.Москвы)
123. Взаимосвязь установок на здоровый образ жизни и практик здоровьесберегающего поведения среди молодых москвичей (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
124. Паттерны профессионализации IT-аналитиков на российском рынке труда (на примере IT-компании г.Москвы)
125. Риски миграционного поведения россиян в период повышенной общественно турбулентности (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
126. Карьерные стратегии россиян среднего и старшего возраста, переходящих в сферу IT из нетехнических профессий (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
127. Внешность - новый soft skill? Роль внешнего вида кандидата в решении о его приёме на работу (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
128. Формальные и неформальные практики регулирования социально-трудовых отношений волонтеров и нанимателей (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
129. Ценностно формирующие роли каналов YouTube по экологическому поведению в рамках ESG-повестки в России (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
130. Дополнительное образование работников в крупных компаниях: проблема баланса рабочего и личного времени (на примере компаний радиоэлектронной промышленности)
131. Медиапотребление в условиях кризиса: думскроллинг и избегание новостей (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
132. Безопасность персональных данных в сети Интернет: представления и практики пользователей (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
133. Доверие потребителей брендам в условиях массового ухода глобальных компаний из России (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
134. Кризис доверительной коммуникации врача и пациента (на примере молодых врачей-хирургов)
135. Работа во время учебы в бакалавриате: сочетания образовательной и профессиональной траекторий (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
136. Мотивы участия студентов в фудшеринге в качестве донора (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
137. Типы трудовых стратегий в ситуации профессиональной неопределенности студенческой молодежи (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
138. Практики новостного медиапотребления молодых взрослых Москвы: выбор в условиях многообразия (media manifold)» (на примере студентов Финансового университета при Правительстве РФ)
139. Социальный аспект эффективности хакатона как инновационного инструмента управления человеческими ресурсами

**Заказ тем от «ВНИИ Труда» Минтруда РФ, одновременно с местом практики, стажировки и возможного трудоустройства в будущем**

**Блок рынка труда**

1. Социологический анализ поведения населения на рынке труда: занятость и безработица
2. Особенности проведения социологических исследований предприятий: формирование выборки, проведение опроса, обработка результатов
3. Опросные методы в современной социологической практике: проблемы применения и перспективы развития

**Блок демографии**

1. Трансформация брачно-семейных отношений в России (на примере некоторых регионов)
2. Влияние гендерных различий в отношении к браку, семье и многодетности на реализацию репродуктивных намерений
3. Сравнительный анализ распространенности внебрачной рождаемости и одинокого материнства в развитых странах: исторические тенденции и современная ситуация
4. Значимость культурных традиций народов России на их отношение к браку и рождению детей
5. Анализ репродуктивных установок сельских и городских жителей России (или отдельных регионов) / Дифференциация ценностных установок по отношению к деторождению в разрезе город/село
6. Влияние материальных мер социальной поддержки на откладывание решения о рождении ребенка
7. Факторы, определяющие возраст матери при рождении первого ребенка в регионах России
8. Трансформация ценностных установок относительно брачности и деторождения в России
9. Факторы рождаемости третьих и последующих детей в регионах России
10. Отношение к деторождению в различных социально-экономических группах населения России.
11. Социально-экономическая поддержка семей с детьми как инструмент повышения рождаемости в регионах России (в отдельном регионе)
12. Отношение студенческой молодежи к совмещению получения образования и родительства
13. Сравнительный анализ мер политики, направленной на совмещение родительства и карьеры, в различных странах мира
1. В каждой теме в названии или в скобках после названия ОБЯЗАТЕЛЬНО указать субъект анализа (организации, категория индивидов, например (на примере студентов Финуниверситета) [↑](#footnote-ref-1)